NO.71
昭和52年 5/1
アミューズメント通信

発行所 アミューズメント通信社 編集・発行人 赤木真澄 大阪市北区神山町14(第2松栄ビル) 〒530 ☎06(314)0309 郵便振替 大阪307852 年間購読料(送料共)7,200円

ゴールデンウィーク 特集号

札幌のAMマシンフェア

大きな成果となった エイトレジャー物産

会場にて語る富田社長

北海道のエイトレジャー物産㈱（本社＝札幌市中央区南三条西四丁目、エイトビル、☎〇一一—二五一—二九六八、富田紀一社長）では、四月八日から二日間、北海道経済センター八階にて「アミューズメントマシンフェア」を開催。同地ではかつてない最大の催しとなった。

規模内容とも記録的

これは同社創業三周年を記念して開かれたものだが、協賛出展メーカーの協力により、最新鋭のゲーム機、小型乗物機が各種網羅された、総合的アミューズメントマシン展となった。それだけに道内各地からの見学者も多く、大いに盛上った会場で、主催者の富田社長は「北海道は札幌を中心に、まだまだ開発の可能性を持ったエリアです。しかも正しい方向へと当社も向っており、それがこの展示会へと実ってきたわけです」と、喜びの説明。

協賛メーカーはオリエンタル興業㈱、キクチハ[illegible]工業㈱、共栄商事㈱、㈱さとみ、㈱セガ・エンタープライゼス、㈱タイトー、㈱中村製作所、任天堂レジャーシステム㈱、レジャック㈱の九社だが、ディーラーの共栄商事㈱を通じて展示された機種も豊富で、非常にバラエティに富んだ出展内容となった。

なお協賛メーカーからの来訪も絶えず、九日の夜開かれた記念パーティーにも多数参加があり、札幌はじまって以来の快挙を祝うなごやかな談笑が、札幌の夜遅くまで続いた。

ゲームマシンや小型乗物機も各種いろいろ（写真上、中）

写真下はパーティーであいさつするセガ社の小形部長㊦

全国ネットさらに拡大 タイトー

㈱タイトー（本社＝東京都千代田区平河町二の五の三、☎二六四—八六一一、M・コーガン社長）の春の新製品発表会は、既報のとおり東京、大阪でそれぞれ盛大に催されたが、同社プライベートショーとして、四月四、五日の青森を皮切りに各地でも進行中である。

また全国ネットを誇る同社は、さらにキメ細かいサービス網をはりめぐらしつつあり、次の営業所を含め現段階で全国六十一カ所のネットを持つに至った。

青森連絡所＝青森市北金沢一の十六の十一、☎〇一七七—七五—四五四三。松本連絡所＝松本市蟻ケ崎一の六の二十二、松電城山ボウル内、☎〇二六三—三六—二六七四。和歌山営業所＝和歌山市向十六の三、☎〇七三四—五二—九九七八。

部会活動日程決まる JAA

オペレーター部会 国鉄ストで日程変更

全日本遊園協会（JAA）では今年度、部会活動に意欲を見せているが、その第一弾として開始するオペレーター部会の第一回総会は国鉄等のストのため期日を変更し、五月十一日午後一時、東京八重洲のルビーホールにて行なわれることになった。

また、他の部会でも着々と日程が決定し、アミューズメント（AM）部会第一回総会は五月十七日午後一時半、東京丸の内ホテル国際観光で開かれることになり、遊園施設部会第一回総会は五月二十五日午後二時、大阪江坂の三精ビルにて開かれることになった（なおJAA理事会が五月二十六日、大阪で開かれる）。

同協会機関誌「アミューズメント産業（月刊）」については、制作の委託を受けていた日本出版企画制作㈱倒産のため、急拠対策を講じ、予定されていた同協会独自の発行態勢を早急に実現、軌道にのせるとのことである。

これらにより、五月以降同協会の活動は安定し、かつ活発になると期待されている。

謹告

弊社の新製品F－1に対しまして、皆さまから多大のご支援と過分なる賛辞を賜わり、開発者冥利につきる思いでございます。紙上を借りてではございますが厚くお礼申しあげる次第でございます。また今後一層の生産体制充実を図り、ご需要にお応えしてまいりたいと考えておりますので、引き続きご支援、ご鞭撻を賜わりますようお願い申し上げます。

さて、このF－1の模造品作成の噂が、旧冬以来かなりの真実性を持って弊社にも流れてまいり、自由かつ公平な競争と業界モラルの確立により当業界の社会的位置づけの向上に腐心する者にとっては、寒心にたえないことと存ずるものであります。ご高承のとおり、弊社のF－1はシミュレーション方式、立体映像投影方式などを中心に、その他各種の技術を集約して製作されており、これらは、工業所有権として確定しているもの、さらに現在申請中のもの数件を含めて、弊社独自の研究考案によるものでありますので、これらの諸権利の確保に対し、弊社は毅然たる態度を以って事に臨む存念でございます。

従いまして、模造品の製造行為は勿論のこと、当該模造品をご使用もしくはお取扱いになりますと、直接に、当該ユーザーまたはディストリビューターの方に、ご迷惑を及ぼさざるを得ないこととなります。弊社といたしましては、永年のお得意様との間でトラブルの生じないことを祈念いたしまして、ここに謹しんでお知らせする次第であります。

東京都大田区多摩川2丁目8番5号
株式会社 中村製作所

自主規制、活動方針決まる

全国シングルロケ協議会

前々号既報に引続き、店頭ロケのオペレーターを主とする団体、「全国シングルロケ協議会」はいよいよ活動を早めつつある。

第一回会合（三月十五日）に続いて第二回会合（三月二十二日）では、さらに店頭ロケにおける急迫した情勢についての発言があり、この情勢に対処するには健全化を打ち出した協議会を発足する以外ない、との結論から同協会設立準備を進めることになった。

そこで、仮執行部の選出、部会制、自主規制を含めた組織づくりが確認され、第四回会合（四月十二日、大阪・教育会館）へと進んだが、この会合では会則案、とくに入会事項、供託金事項などで各種の案が出て、一定の結論に達したものの、活動開始には至らなかった。

経過としてこれは、実質的に加藤春夫氏（レジャック㈱社長）が発起世話人となって動きはじめ、それを仮執行部（会長＝辻本憲三氏・アイピーエム㈱社長）が受けとめ、組織づくりを進めていたわけだが、会そのものの趣旨としての自主規制案策定が遅れたため、多少活動が遅れたのだ、と業界筋では言われている。

現在すでに自主規制も策定され、具体的な活動方針案も決定され、[illegible]七日（大阪、教育会館）の第一回総会を皮切りに、東京、福岡でも大会が行なわれること（本紙掲載の広告参照されたし）になっている。

写真は議論多発した第4回会合（4月12日）

論潮　質から量へ

厳しい冬が過ぎ、今は目にまばゆいばかりの緑の季節である。決して派手ではないが、楽しさあふれる行楽地へと、人びとが向うさまには、心安まるものがある。

いくつかの時代が去り、いくたびかの事件にもまれて、人びとのくらしの中に〈時〉は、否応なしに刻みこまれてゆく。あらがうでもなく、しこうして無抵抗でもなく、生きていくこと——それがくらしであり人間なのだろう。だが、それでも目に見えぬ格闘は、いたるところに渦まき、それも人生だとされるのである。

量から質への転換、というものは、別に願わなくとも、いつも私たちのくらしやしごとに見受けられることである。先述の悪貨が良貨を駆逐するさまなど、そのひとつの典型とさえ言えよう。つまり、悪貨は結果として必らず貨幣の価値を上げるものだし、良貨はひたすら耐えて貯えられるわけなのだから。

そして、質から量への転換が次に出て、これが悪貨支持者に対して立ちふさがる。けだし、質から量、量から質への転換は、いつまでもあり得ることなのだから、あとは恥を知る人は、恥を知らぬ人間だけの世界となり果てる。さて、歴史はどちらの味方をするか、である。

子供にばくちをやらせるのがいいかどうか、などと道徳を振り回すのではなく、子供にばくちをやらせる営業（商売）がはたして人間性に反していないかどうか、なのである。これは深く考えての話であるが、少なくとも子供にばくちをさせる営業が成り立つというなら、それなりの論拠を堂々と述べるべきである。とするのが当然である。

どんな時代でも、どんな社会でも、人を欺き、自らを恥じない者は絶えない。これが人間社会のひとつの事実であるとして、さて、それはしかたないからと誰もがあきらめるものであろうか。決してそうではない。そこに格闘があり、結局は人間社会に正しいもののみが、生きた形で残されるのだ。そうせねばならぬ。

ホープ25周年
十日に友栄も10周年記念

㈱ホープ（本社＝東京都港区芝五の三十一の十七、☎四五一—一〇八〇、小野定良社長）では、四月一日、同社の二十五周年記念行事を催し、さらに前進することを確認した。

さらに同社ではこの秋落成の予定である、自社ビルを目下建設中であり秋の完成記念の際、盛大に二十五周年記念行事を催す予定となっている。

また、㈱友栄（本社＝東京都千代田区三崎町三の七の五、☎二六二—一九四一、内田亀太郎社長）では、六月三日付で十周年を迎えることになり、五月十日にニューオータニで記念パーティーを催す。なお同社ではこれを機に、同社長が会長に、内田博専務が社長にと新しい役員構成になる予定で、新役員披露も合せて行なわれる見込み。

札幌と名古屋に専従員　任天堂レ

任天堂レジャーシステム㈱（本社＝東京都千代田区神田須田町一の二十二、☎二五四—一六四七、山内博社長）ではこの四月から、札幌と名古屋でサービスを強化した。それぞれ任天堂に同居することになるが、常駐の事務所扱いとなる。

札幌常駐＝札幌市中央区北九条西十八丁目二、☎（〇一一）六四四—五八三八、田辺有三氏。名古屋常駐＝名古屋市西区藪下町二十九、☎（〇五二）五七一—一〇六八、守本徳次郎氏。

事務所移転

ジャパン・オーバーシーズ・ビジネス（JOB）㈱＝東京都新宿区新宿一の十の二、黒新ビル五階、☎三四一—五七七九、浜田正毅社長。

関西ジューク㈱＝神戸市灘区灘南通一の一の三、山下ビル三階、☎（〇七八）八八二—二九一九、藤田直美社長。

地番表示変更

富士文化興業㈱＝大阪区南区土佐堀一の一の三、☎四四一—五二七五、江見善三社長。

告

白男川修作（もとダックス貿易㈱代表取締役社長）は、われわれに甚大な被害をかけて目下逃亡中ですが、所在等ご存知の方は是非ご連絡下さい（連絡先＝☎（06）969・353—㈱ツムラ）。

あつみ電業社　長尾勝彦
柳商会　柳下喬
野崎商事㈱　野崎義弘
㈱ツムラ　津村三百次

メダルゲームの底流

特別連載
第28回

一心生

　ゲーム機はいくら稼げばよいか、という質問を再三再四受ける。一日単位いくらか、とか、一ヵ月どの位の売上げがあればよいか、あるいは、購入代金の元は何ヵ月で回収すればよいかというふうに、その質問内容もいろいろで、話しをするにも戸惑うことしきりである。この質問は、単に一台のゲーム機械の売上げにとどまらず、ゲーム場・店の売上げについてまで言及する次第である。こうした話をする場合、一般的な話としてその質問がなされる場合には、例えば商品を売るとすれば、仕入れがあって、それに何割かの儲けをプラスして販売し、その仕入れと売価の差額で店の経営者は、経費と自分の利益を確保するということになり、消費者は完結する。質問する人は、自分の商売とか、自分が見聞きして知っている類の商売と対比して、この不可解なゲームという商売の実態に、いささかなりとも迫ろうということらしい。

　小売り店の場合、たいていの商売は、例えば本屋なら二十%位、レコードなら三十%、衣類なら、化粧品なら何%というふうに、およその荒利益は想像のつく一般的な事柄である。一日いくらとか、一ヵ月の売上げとかを聞けば、その結果、はほんと頭の中の算盤が答を出してくれる。手元にいくら残るかおよその数字は分る。その中から、人を何人雇っているから人件費はいくら、自動車の維持費はいくら、店の広さはあの程度で立地はこうだから家賃はいくら位というふうに、まるで丸裸にされてしまうものである。まあこういう調子で人は問う。「およそいくら位ですよ」と答えれば、素早く演算がなされ「はあ、なかなか儲かりますなあ」とか「結構大変なんですなあ」などと言って安心顔になる。

　こうした質問を私にする人にはいろいろな方がいる。先述の一般的な話などはどちらかと言えば興味本位のようであるし、同業者の方の場合は人の話を聞いて、自分の店の是非を確認しようという意図であったり、あるいはどうも儲かるようだから自分もひとつやりたいなどと胸に一物の方からだったりする。答える私のほうはと言えば、その問う方がどういう方かということに合せた答え方をするようにしているものだから、なんの事はないという結果に相成る。

　ゲーム機の売上げとか、ゲーム場が一ヵ月どの位の売上げかといった質問と同様に、「このゲーム機械の値段はいくら位ですか」という質問もしばしば受ける。この質問も先程の機械の売上げと同じように「むむ、丸裸にするつもりかな」という具合いに受け取ってしまう。購入価格がいくらで、一ヵ月の売上げがこれ位だから、償却はこうなり、ふむふむ。という案配だ。おおむね、私など相手の顔付を見ながら、まあいろいろありますがね、と答えて、決して安くはないが、かと言ってオペレーターが経営を圧迫されるというほどの価格でないなどと説明し、とどのつまり煙に巻いてしまう。

　ところで、こうした一般的な、ある意味では興味本位とでもいった種の質問には、その都度、かなりあいまいな返答で許されようが、実はこの、機械の値段、ゲーム機一台の売上げ、ゲーム場の一ヵ月の売上げという三つの数字は、私達にとってはまことに重要、かつ真剣に検討せねばならない問題である。ところが私の経験でも、これらの三つの数字について、論理的に、科学的に詳細に分析された話を聞いたり、あるいはそれに基づいた事業計画が実施されている例を聞く機会は少ないのである。現実的には、これらの数値は、各企業、業者の方は、いわば企業秘密であり、そのカラクリは触れてはいけないタブーであるために、公開がはばかられるという事情もあるゆえに、私が聞く機会が少なかった、ということも言えそうである。その結果、企業秘密で公開もされないから、現行の数値が妥当であるか否か、問題があるか否かについては皆目見当がつかないとさえ言えそうである。いわばヘールの向うのブラックボックスである。このブラックボックスはブラックボックスのまま放置され、各企業が互いに意見を出し合い、検討し合うなどということは決してない。従ってその妥当性についての結論も、おそらく答は出されずじまいに終りそうである。たぶんいくつかの問題が、これらを明らかにすることで浮き彫りにされるような気が私はする。しかし、企業秘密で公開されないということと同時に、こうした事柄についてどれほどの企業が論理的な解答を把握しているかという点も、私は大いに疑問に思っている。つまり公開しないから、用意もしていないという実態である。

　実情は、現実の数字が全てであるということであり、現実の数字を良しとして受けいれているということにすぎないのではなかろうか。否、好むと好まざるとを問わず、それは事実として受け容れざるを得ないことなのである。

品質、価格、売上げ

　私は今、ゲーム機の価格、機械一台の売上額、ゲーム場の売上額のこの三つの数字が、ゲームをビジネスとしてそれに携わる私達にとって、実に重要な問題であり、その妥当性については真剣に検討されて然るべきはずなのにも拘わらず、実のところ、現実の数値を、疑う余地のないものとして受け容れざるを得ないという状況にある点を指摘した。わが国の業界が、こうした実情にある原因として考えられる点は、およそ次の通りではなかろうか。その一つは、わが国の業界規模と歴史に伴なう業容であり、他の一つは、私達の業界が他の一般業界と対比するに大いに異質である、という特殊性によるものである。

　すなわち、その前者についてみるならば、その歴史的経緯は、昭和二十年代の半ばころより事態の本格的なスタートが切られたと言える。現セガ社の前身の、ローゼンエンタープライズのシティゲームコーナーはその頃であるから、今日的なゲーム場の本格的な歴史は、未だ十数年しか経っていない。しかも、それ以前は戦後の駐留軍によって持ちこまれたものであり、以降も、使用された機械はアメリカ製がその中心であり続けてきた。こうした業界の形成過程が示す通り、ただ単にその歴史が浅いという事実と同時に、いわゆるその担い手が極めて特殊であるという側面からも一つの原因が指摘される。すなわち、その商品の使用利用の効用という必然的なニーズに基づく業界形成ではないという事実なのである。一般には、商品の利用効用に基づき、必然的に市場は形成され、それに伴ない供給者側も対応してゆくというパターンが見

られるのである。こうした場合、自然発生的に競走が見られ、激しいもみ合いの後、自然淘汰がなされ、業界は安定してゆくのである。このもみ合いは、品質と価格が原始的要素であり、附随して、流通経路の編成と広宣活動で、各々の業種と各企業の位置付けがなされて、業界は社会的に固定化されていくものである。

　私達の業界は、そうした意味合いで眺めてみると、先にも提起したように、いわばニーズが先行するという動機付に欠けた側面があり、その当初の状態は、極論すれば、作られた市場、作られたニーズであったということである。駐留軍が持ちこみ、外国人の企業が先鞭をつけ、後続者が懸命の努力によりニーズを掘り起して来たという経緯なのである。この事実は、その後の業界の展開のあり方にも如実に表われ、いわゆるメーカー、ディーラー、小売り、ユーザーという他の一般産業が形成する業界の多様化に比するに、大いに特殊な在り様を示し、最大手が横割りではなく縦割りに市場を獲得していった歴史的事実が裏付けている。

　横割りの市場での競走がなされれば、おのずと各競走者相互に、品質と価格の面で明らかにされ、然るべき妥当な数値に各々が定着する結果になり、またこれらの数値は、誰の目にも理解できるものとして周知のものとなる。

　私は、この未分化で、この未整理なわれらが業界の実状を、今さら善悪の物差しでうんぬんするつもりはない。単にこの事は、この現状のよって来た経緯を通して奈辺にその原因があったのかを考えたにすぎない。然るに、その事の善意をではなく、そのために不明であり、あるいは妥当性を欠くことがあるのであれば、それを検討し、修正する必要があればそうすべきであろうことを指摘したにすぎない。

　ちなみに、そうした検討や修正作業は、現状ではいかなる形でなされるのであろうか。横割りで成長した業界の場合は、各業者（例えばメーカー同志とか、ディーラー相互に）で相互に競走して妥当な数値が自然の成行きとして定着するが、われらが業界の場合には、縦割りに直接利害を共有する異業種間に伝ってなされるものと思う。つまり、メーカーの数値の妥当性については、ディーラー、オペレーターがその数値の妥当性を評価するし、ディーラーの数値については、メーカーとオペレーターが評価する。機械の品質と値段の妥当性は現状では、売れるか否かで評価が為されているわけで、いわばその評価は消極的である。メーカーはブレークダウンして自社の商品の価格を妥当だと主張しないし、ディーラー、オペレーターはどの部分が要、不要といった評価を伝えない。もちろん、ブレークダウンがなされないから、それは不可能なことではある。メーカーはかくて市場からのフィードバックは、売れたか否かという最終結果だけを入手し、見込で、生産数量を決定し、成功したり失敗したり、ゲーム機械の生産はむずかしい、賭けみたいだという言葉になり、不安定な自己の商品分野を宿命だと受け止める。この宿命を、メーカーは商品が不安定で、当り外れが多いからそのリスクを分散する必要があると考えることで解決しようと図る。つまりこうだ。年間に、例えば十機種発売すると仮定すると、そのうちヒットするのが三機種で、全く外れの失敗作が四機種だとすれば「おそらくこの割合は、現在のわが国のメーカーの標準的な数値でないかと思うが」その失敗作の分のリスクをヒット作の分でカバーしなければならない。あるいは、どれがどの分だということなしに、期中の収支でバランスを採るということもあるが、結局は同じことである。この仮定に従うならば、メーカーのその数値はメーカー内部の計算上では妥当であっても、発売される機械自体についてみるならば、必ずしもその価格が妥当だということにはならない。おそらくやや高いめということになりそうである。このやや高いめということは、なにもメーカーが、競走相手が少ないために、不当に儲けすぎようという意図に基づくのではなく、このリスクを分散するという意図にも論換しているとみなせそうである。

オリジナル機の責任

　ところでこうした意図に基づいて、メーカーが自社製品の価格設定をした場合、一般的には、機械はなんとはなしに高い、という評価を払拭し切れないのみならず、昨今、問題が絶えない、いわゆるコピー問題の発生する余地を許容することになっていると言えそうである。コピー問題は、業界のモラルからしてももちろん許されるべきことではないけれど、そのコピーをする側の意識構造は、なんのノウハウもない者でも、そっくり同じに作って売り出せば、オリジナルよりも安い値段をつけて売れるということであり、その事自体は、安い価格で製品をユーザーに供給できる点は、むしろユーザー側からはプラス評価されて然るべきということに尽きよう。このパターンは、オリジナルメーカーが、単にその製品の開発経費をその製品にオンしたということにとどまっていないのではないか、という指摘を受けかねない。つまり、オリジナル側は、開発経費を考慮しても蓄積されたノウハウを用して製品を作ったのだから、コピー側よりコストが高いというのはおかしいという論理であり、まして、その製品は、コピー製品が完成するまでの間は、コンペチターなしなのだから市場は独占できているはずだというのである。そこにコピーが出てくる余地があるのは、コピー側がオリジナル側より低価格で発売しても経済的にメリットがあるという計算が成り立つからであり、オリジナル側がよりシビアな価格を付しておれば、コピー側はそうしたメリットは得られないはずだからコピー問題は生じないというのである。さらにこうも言う。万一コピーが低価格で出てくれば、コピー以下の価格に落した価格で対抗すればよい。そうすればコピー側は百%無意味な挑戦をしたことになり、今後こうした愚かな行為はしないだろう、と言う。しかし、筆者はそうだと思わない。

　こうした指摘、意見はある意味で、正しいように見える。事実、コピー問題の動機は開発経費、失敗作のリスクを負わないという経済的メリットのみを狙ったものであり、多くの場合、コピーメーカーは周囲から非難され、あたかもクズのような扱いを受け、訴訟になったりし、自分の名誉と人格を引き替えにした行為となる。目的は経済的メリットのみである。こうしたなりふり構わない人にはモラルうんぬんの話は無意味であり、モラルを重視する人はこうしたトラブルは起さない。従って対抗手段は、唯一絶対に経済的メリットを与えないということに尽きよう。コピーに対抗する手段として工業所有権が有効だと一般には言われる。確かに有効だろうし、正当な方法であるが、現実的ではない面もある。工業所有権は、権利が確定するまでにあまりに時間を要すし、たとえ確定しても被った損害を回収できる保証はない。訴訟にし、何年も争って後、コピー側から損害分を取り戻そうとしても相手側にその能力がなければ不可能である。ところが相手側は、最初から実だけが目当てで名などもとよりどうでもよいというわけだから始末におえないのである。

　オリジナルとコピーの差について、私達はその品質の相違につい

6面に続きます

てはイヤというほど見聞して来た。コピーのほうがオリジナルより高品質だという道理（価格をオリジナルより下げるためには、金を掛けられないので、当然のことながら）はないし、またメーカーとしてはその相違はユーザーに対して充分説得し得る本質のはずである。その結果、品質の相違を説得するか、価格面でコピーの追従を許さない妥当線を見い出すか、といった方法に頼らなければならないことになろう。こうした意味からもメーカーの機械の価格の妥当性は極めて重大な課題である。

ゲーム機の値段とは

メーカーの機械の価格の妥当性については、例えとしてコピーの問題を併せ考えてみたが、最終的な評価は、それを購入するユーザー（オペレーター）が購入するか否かという消極的な手段によってなされる。一方、オペレーターの数値の特性はどうであろう。オペレーターにとってのそれは、ゲーム機の一定単位の売上げであり、ゲーム場のそれである。私は先に、斯業が、本格的には未だ二十年未満で歴史が浅いという指摘をした。つまりその間に急速に需要は掘り起され、市場は形成された。それはロケーションの形態、あるいはその主体の変化を伴いながらである。機械の売上げ、ゲーム場の売上げについて正確にその数値の妥当性を考えるなら、需要と市場の測定をしなければむずかしい。現実的には、昭和三十五年から現在まで、恐ろしい伸張率で増え続けてきたことは事実である。それは稼動中のゲーム機械の数、町中のゲーム場の数でも明らかであった。しかし、こうした総合的な数字は、増加傾向にある限り、妥当数字の範囲内であるとみなしてもよさそうであるが、一台あたり、一店あたりの数値の妥当性については、経営主体の関わり合いにおいてとらえ、判断すべきものである。

こうした観点から見れば、むしろ内容としては、ゲームの市場性とか需要の量といった測定し難い要素よりも、オペレーターの経営状況に対応して決まるというのが現実である。従って、企業によっていくら売上げがあればよいか、という数字の妥当性に差異が生じている。そしてこの妥当性について、メーカーと同じようにとらえるならば、その判断の担い手は、ゲーム場に来て、実際にゲーム機で遊ぶ一般大衆に外ならない。高いとか安いとかといった直接評価はまったくなされないで、唯単にゲーム機の倉庫に入っている硬貨の量のみが、その妥当性を評価するという抽象論に終始し、オペレーターは、そのあまりのシビアな審判に、時として顔色を失なう、と同時に自己の、機械を購入した自己の判断のフィードバックとして受けとめることにもなる。

私は先に、私達の業界が現実の数値を疑う余地のないものとして受け容れる原因の一つとして、他の一般産業界と対比するに大いに異質である点を指摘した。この点については、私達の商品が他の一般産業界のように、使用、あるいは利用することに依る効用が、実質的に測定し、あるいは数値として評価し難いという点に集約される。この論理は、ゲーム場における一般客が遊ぶという行為についてはもちろんのこと、つまり言い換えれば、ゲーム機、ゲーム場の売上げの数値の不確かさに外ならないのだけれど、ひいては、オペレーターが使用する機械の購入価格にまで波及していると言えそうである。つまり他の物販の場合には、一般消費者の使用効用の評価がそのまま、市販価格、卸売価格、メーカー庫出価格というふうに一貫してつらぬかれているものである。従って、その系譜の中で、誰かがその一連の数値の展開に逸脱すれば、その時点で問題は明確化する図式にある。そしてこの数値は、ユーザー側の使用、利用効用のメリットと、メーカーの生産コストとは見事にバランスが取れ、不合理はない。否、不合理であればそれは商品としては成り立たない。

例えば、身近な家電製品に例を引くならば、洗濯機は、一般家庭で洗濯という肉体労働から主婦を解放した。この洗濯という肉体労働は、日々の仕事であり、時間に、金銭に容易に換算することができる。例えばその時間、パートタイマーで働きに出るとすれば、その時間分収入が得られるからだ。その解放された洗濯を金銭換算すれば、いくらの洗濯機ですれば買って使ったほうが得策だという判断をすることができる。そうすれば、おのずと洗濯機の小売価格の妥当数値は決まり、それに流通経路の利益と経費が加算され、メーカーはいくらで生産しなければならないというワク取りが立てられる。その範囲内で作られなければ、いくら便利であっても、いくら宣伝をしても洗濯機は普及しない。おおむね、物の価格はこうして決まるのではなかろうか。

ところで、私達の業界に、こうした一貫性があるだろうか、こうしたワク組が通用するであろうか。

私は先に、ゲーム機の、ゲーム場の売上げの妥当性を評価するのは、物言わぬ一般大衆に支えられた金庫の中味という消極的なものだと指摘した。そこには、一般大衆とメーカーとの連携は見られない。つまり売上げとゲーム機械の製造コストには何んら有機的結びつきは見られないのである。不連続なのである。この点が、私達の業界の最大の特殊性なのである。つまり、使用することで得られる利得と、その製造されるコストとが直結していないという事実である。

【この項了。以下つづく】

新・ゲーム場ガイド 5 Sapporo すすきの

●さっぽろ市内を走る地下鉄は、すごく乗り心地がいいのです。それもそのはず何と！車輪がタイヤなのですぞ。ビックリした！

国鉄札幌駅
駅前通り
すすきの
北海道銀行
拓銀
サンデパート
三番街
狸小路
南二条
新浅草寺卍
ゲームプラザ・ビクトリー
ザ東宝プラ
COSMO
ラスベガス
エイトデパート
五番街ビル
たまには家庭サービスをわすれて遊ぶのもイイですねェ オトーサン
アーケードです
さっぽろ地下街ポールタウン
マルショウデパート
ぼくも大きくなったらバニーガールのいる店へ行く
道央信用金庫
エイト・ゲームコーナー
シルバービル
生駒ビル
●どういうわけか東京の通りの名が多く見うけられます。
●さっぽろは道内でも指折の歓楽街です。とりわけススキノは↙
五番街
四番街
三番街
南三条
紳士の社交場であります。
薄野
北海道相互銀行
日活オスカー
←創成学校前
市電
国道36号線
ミナミ駐車場
松坂屋デパート
ススキノビル
第3グリーンビル
ゲームプラザ・ススキノパラダイス
すすきの銀座通り
グリーンビル
ゲームプラザ・ウイン
南四条
ラーメン横丁
すごいトルコがあるそうですがここですか
ゲームプラザ・ハロウイン
宝文堂ビル
太陽ビル
ラーメン横丁
キャバレーメトロ
ラーメンすすきの一番本当に一番？
味処石ぐろ
ライラック通り
地下鉄南北線
オークラ劇場
日劇ビル
公象会館2F
東宝札幌ゲームセンター
ゲームプラザ・スターダスト
新善光寺卍
南五条
新宿通り
三協ビル
トルコ
●←トルコ風呂多し
ILLUSTRATION MAP by TAKAHASHI

新・ゲーム場ガイド

札幌・すすき野のまき

札幌でも〝すすきの〟は、日本でも指折りの歓楽街として、あまねく知られるところであるが、とくに〝札チョン族〟にとってはハメをはずして遊べる最高にいい所と言えそう。

実際大半のゲーム場は「夜中、それも九時すぎから客で混んで来ます」とのことで、それでは何時ごろまで営業しているかと言うと、「深夜の三時ごろ」ないしは「朝まで」と言うから恐しい。午前三時ごろまで、すすきのの一帯は、あくまでも不夜城のようにピカピカと、そしてなにやら怪しげな風俗が見受けられており、ゲーム場に来る客もそれに時間を合せているだけのことなのだ。

なぜかというと、道内各地から札幌へと集中する（実に北海道の人口五百四十万人のうち百二十万人が札幌市の人口＝昭和五十一年四月現在）傾向が強く、行政面でも札幌への集権制度化が目立つとされている。かくして、道内各地から東京を含めた全国各地からと、両面から長い道中で人びとは集ってくる。それは当然、出張の形が多くなる。従って、一般にホテルは札幌市の中心地に集中するし、歓楽街は歩いていける〝すすきの〟となると、深夜まで遊ぶのが、お定まりのコースとなっても、ちっとも不思議ではないわけだ。

夜のすすきので、今いちばん新しいゲーム場は、ゲームプラザ・ウイン。WINから来ている名前で、今年三月二十二日に華々しくオープンして、好成績をおさめているメダルゲーム場である。このオペレーターである、㈱マル三商会(本社神戸)の井上専務によると「札幌は、これからますます展開できるところ」と、意欲をさらに見せつけている。

ちょうど東京新宿の歌舞伎町を、そっくり移したような人の流れがあるだけに、キチンとした立派な営業方針ならば、必らず成功するはず、と同氏は語るが、実際大半のコーナーは最新機種で占められ、店内も楽しそうなふんいきで一杯。これからが、さらに楽しみと言えるだろう。鮭とジンギスカン、毛ガニと帆立貝……北海道はうまいものがあるが、すすきののゲーム場も悪くない、というのが記者の偽わらざる印象であった。

データ（順不同）

ゲームプラザ・ウイン　中央区南4条西3丁目第3グリーンビル、☎512－3774、3766　本社＝㈱マル三商会（☎078－232－3300）

ゲームプラザ・ハローウイン　中央区南5条西4丁目富士会館、☎512－0874、共同経営＝㈱マル三商会（同上）、㈱エスコ貿易（☎03－462－0477）

ゲームプラザ・ビクトリー　中央区南2条西4丁目狸小路4丁目、☎231－9764、共同経営＝㈱マル三商会（同上）、㈱エスコ貿易(同上)

ラスベガス　中央区南3条西5丁目狸小路、☎241－6591、直営＝田村尚美

エイト・ゲームコーナー　中央区南3条西4丁目　エイトビル5F　☎251－2968、直営＝エイトレジャー物産㈱

ゲームプラザ・ススキノパラダイス　中央区南5条西4丁目9番地、☎531－5825、本社＝丸昌企業㈱（☎511－2591）

ゲームプラザ・スターダスト　中央区南5条西4丁目アイシンビル　☎531－0927、本社＝フジエンタープライズ㈱札幌支社（☎841－2087）

東宝札幌ゲームセンター　中央区南5条西3丁目　☎531－1330、本社＝㈱セガ・エンタープライゼス（☎03－742－3171）

国際化したアミューズメントニュース――

海外の話題

なお活発に開催
欧米各地のショー

十月にアメリカで行なわれるAMOAショーやNAMAショー、一月のロンドンでのATEショーなどはすでにおなじみのことと思うが、今回は少し耳新しいショーを招介しようと思う。

●イギリス●●

通称ブラックプール・ショー（正式にはノーザン・アミューズメント・エクイプメント・アンド・コインオペレーティッドマシン・エキジビション、代表人ジャック・ローズ氏）。

今年は二月十二日～二十四日に開かれ、すでに十六回目を迎えている。ブラックプール市の後援を得て、同市のノーベックキャッスル・ホテルで行なわれたトレード・オンリーのショーである。ロンドンコイン社は期間中に百万ポンドの売上げを記録したとか。

●アメリカ●●

AMOAとは趣きを異にする組合でMAA（ミュージック・アンド・アミューズメント・アソシエーション、本部ニューヨーク）が恒例のショーを開く。

ニューヨーク、ニューイングランド、ニュージャージー、ペンシルバニアの東部四州の関係業者を対象としたもので、ベン・チコフスキー氏が実行委員長となり、四十ブースにジュークボックス、アミューズメントマシンや関係商品が出展される。例年の二倍のスペースで今年は最大のショーとなる見通し。

五月十二日～十五日にニューヨーク、スワン湖畔のステベンスビル・カントリークラブで開催される。

●インコマット

オーストリアのアミューズメントマシンと自動販売機のオペレーターによる組合、（本部ウィーン、カール・アントンベルグマン会長、創立一九五七年）のショーで、今年は十一月十六日～十八日にウィーン市内のオベルラーで開催される予定である。

ATARI'S NIGHT DRIVER

御存知ナイト・ドライバーのシット・ダウン型。別注製で、アタリの販売店を通じて申し込むそうだが、遠い日本からどれだけ注文が届くだろうか。

機械名めぐって対決

アメリカでは今、グレムリン社の「ブロケード」とラムテック社の「バリケード」の名前コピー問題が法廷で争われている。

去る一月十四日、グレムリン・インダストリィ社（本社サンディエゴ、フランク・フォグレマン社長）はラムテック・コーポレーション（本社サニーヴェイル・チャールズ・E・マクエバン社長）をトレードマーク侵害のかどで告訴した。

二月十日、ロスアンゼルスの高等裁判所での予審を終え、ラムテック社はすでに「バリケード」の製造を一時中止し、新たに「ブリックヤード」という名で生産を始めたという。

グレムリン社は裁判にもちこむことでラムテック社に金銭、信用面で打撃を与えようとしていただけに、「バリケード」一時製造中止は「非常に歓迎すべきこと」と語り、さらに、わざわざラムテック系の販売店に手紙を送り、「裁判の結果、バリケードというTVゲーム機を持つことができなくなるだろう」と忠告しているという。

これに対して、ラムテック社は「バリケード」というネーミングは何もコピーしたものではなくブロッキング・ゲームを端的に言い表した名称であり、順法精神から「バリケード」を「ブリックヤード」と一時名称を変更したと主張している。

そして、ラムテック社は逆に訴訟を起し、正面からこの問題を受けて立とうと荒い鼻息である。

さて、海のむこうの大岡裁きは、どうであることだろうか。

話題のマシン

きめ手は揺れる気球

宇宙の落し穴「ブラック・ホール」も発売　セガ社

マイクロプロセッサ・フリッパーの第六弾、一人用の「セガ・スカイ・ラバー」と、宇宙の雰囲気を盛り込んだゲーム機「セガ・ブラック・ホール」が、㈱セガ・エンタープライゼス（本社＝東京都大田区羽田一ー二ー十二、☎七四二ー三一七一・D・ローゼン社長）から新発売となった。

「セガ・スカイ・ラバー」は、盤面中央で気球が揺れ動きながら、上がったり下がったりするのが、大きな特徴。この気球の中にボールが入ると、ボールは気球に乗って運ばれる。運ばれる距離が長いほど、加算される得点も高くなっていくという、今までにないユニークさが受けている。

一プレイ五十円、定価六十一万円。

セガ・スカイ・ラバー

新しいタイプのゲーム機「セガ・ブラック・ホール」は一人用。

これは、上部にある宇宙船から発射されたボールを、盤面に打たれた無数のクギの間をぬって、うまく下方の宇宙船へと誘導する遊び。ハンドルの操作で盤面を回しながらボールを誘導するわけだが、途中の宇宙空間の各所に、ボールを引き込むブラック・ホール（穴）があるので、うまくブラック・ホールを避けて進まなければならない。

またハンドル操作で、盤面を右へ回すと、下方の宇宙船は左へ動き、盤面を左へ回すと右に動くといった、まったく反対の動き方をするので、ボールを宇宙船に入れるのが、なかなかむずかしい。

宇宙船がボールをキャッチすれば、景品が出てくる。宇宙をテーマに、名称もわかりやすく、子供達の人気を呼びそう。

一ゲーム二十円、定価二十六万円と、ゲーム料定価ともに手ごろ。

セガ ブラック・ホール

ロケーションテストも上々
UFOの動きに注目
東洋娯楽機

不思議な動きで魅力をふりまく、一人用の回転式乗物機「ユーフォー」が、東洋娯楽機㈱（本社＝東京都目黒区八雲一ー五ー七、☎七一八ー六四六一、山田俊夫社長）から発表され話題を呼んでいる。

ホンコンをはじめ各地のロケーションテストで、かなりの成果を収めているこの乗物機は、画期的な動きかたが最大のポイント。らせん状に動きながら上がっていき、らせん状におりてくる。つまり、フワフワと空中を飛ぶユーフォーの動きを、うまく作り出している。

もちろん安全対策も万全で、非常用の停止ボタンも二カ所に取り付けるなど、細かい配慮がなされている。作動中はピピピピという音響効果と、本体周囲に取り付けられている赤、青、黄、緑の四色のライトが点滅して、いっそうユーフォーの雰囲気を高め、子供達を喜ばせる。

遊戯時間は約一分、遊戯料は百円。定価は未定だが、百万円前後になる見込みとのこと。五月から六月頃に発売開始の予定。

ユーフォー

遊び方も簡単に
ハンドル操作でホッケー　こまや

㈲こまや製作所（本社＝神戸市東灘区魚崎西町四丁目二ー三十五、☎〇七八ー八一一ー三六六一、田中弘社長）から発売された、新製品「プロ・ホッケー」。

二人用のこのゲーム機は、ハンドルを操作してゴールの前にいる人形を、左右に動かしながら回転させて、ボールを打ち合う遊び方。つまり、人形右手にあるスティックでボールを弾くことになるが、左側にくるボールにはクルリと後むきに打つのがコツ。うまくゴール

点とったほうが勝ちとなる。なお得点表示は黒地に赤文字のデジタル表示機で示される。

フィールド中央が、すこし高くなっており、ボールが中央でとまってしまわないような仕組みで、いたって簡単。

シンプルなメカで故障が少ない。定価三十八万五千円。

プロ・ホッケー

ニュースを編集部へ
各種催し、事務所移転など、広く知らせる必要のあるニュースは一刻も早く本紙編集部まで!!

超大型機でスロット登場
ゲームショップ・アップル　（大和東映）

大和東映㈱（本社＝大和市林間一の三の三〇、☎〇四六二ー七四ー〇六七四、中吉誠也社長）経営による、川崎市川崎区小川の「ゲームショップアップル」で、このほど同社開発のニューメダルゲーム機「ビッグショー」が登場して、話題となっている。

"世界初のビッグマシン"とのことであるが、コンピューター内臓のたしかに大きいゲーム機（十二人用）で、遊びかたや全体のデザイン、音響効果など、さまざまな工夫がなされていて、まず注目に価するメダルゲーム機と言えよう。

同店の話では、この街のメダルゲーム場において絶えず売上げを伸ばすには、魅力あるマスメダルゲーム機を次々と導入する必要性があるとともに、その店独自のマシンという意味あいのものも必要であり、結果的には約四千万円の開発費を投じた同機の出現となった。

もちろん現在、同機はこの一台しか存在していないが、同店について言えば、非常な好成績をあげており、自慢のマシンとなっている（なお運転開始は四月八日）。

遊びかただが、まずパックガラスに相当する大きな盤面に、上下に四コマのスロット風の絵柄がパラパラとデジタル風に出てきて、これが左右九列ある。まずはタテの列のスロットの遊びかたが基本になっていて、配当枚数もほぼ同様。次に、九列のうち左三列、中三列、右三列のいずれでWINとなるかを当てる遊び方があり、この配当は三倍。

さらに、同店のアップル（りんご）のマークがひとつだけ出るが、これが出るのが上二列か下二列かを当てる遊び方もあり、これは二倍の配当。

かくしてプレイヤーは三通りの遊びを楽しめるが、このうえに、勝った場合のダブルオアナッシングもある。

ビッグ・ショウ全景(下)とプレーヤーの手もと(右上)

欧州フリッパー二機種
ザッカリア社(イタリア)製とリセル社(スペイン)製　タイトー

フリッパーの新製品、「ムーン・フライト」と「フォーチュン」の二機種が、㈱タイトー（本社＝東京都千代田区平河町二ー五ー三、☎二六四ー八六一一、M・コーガン社長）から発売された。

「ムーン・フライト」はイタリアのザッカリア社製で、一人用。

アドバンスボーナスのターゲットにボールがあたるとボーナスの得点になり、スペシャルのライトが点灯するとダブルボーナスとなる。また、盤面中央の、O、R、B、I、Tの文字が全部点灯すると再ゲーム、ハイスコアによる再ゲームと、すべての文字を点灯して再ゲームの、二種類の再ゲームの楽しみ付き。

一プレイ五十円で、定価五十万円。

ムーン・フライト

「フォーチュン」はスペインのリセル社製で、一人用。

六個の星のターゲットと、ロールオーバーの10、J、Q、K、Aのターゲットにボールがあたると、ボーナスの得点となる。

また盤面左端の大きなターゲットが点灯している時にボールがあたると五千点の得点となる。そのほか、ダブルボーナスがエクストラボールとなるが、エクストラボールは出すようにも、出さないようにも調整可能。

独特の音が魅力。定価五十二万円。

フォーチュン

ロード・チャンピオン
価格決定し発売開始
タイトー

前号（第70号）で紹介した、㈱タイトー（本社＝東京都千代田区平河町二ー五ー三、☎二六四ー八六一一、M・コーガン社長）の、一人用TVドライブゲーム「ロード・チャンピオン」の定価が決定され、同時に発売も開始されている。

スコアーを上げるだけでなく、一着でゴールインする楽しさを盛り込んだ、かなりのドライブ・テクニックを要求されるゲーム機だが、ロケーション・テストも好評とのこと。

四月十五日より発売が開始され、定価七十二万円。

話題のマシン総目録（No.63～No.70）

特急・一番星
パネルのデザインもカラフルに、トラブルも少ない。定価36万円。【太陽自動機】

トラック野郎
関東便か関西便か、トラックの行き先をあてるゲーム。定価29万5千円。【太陽自動機】

ワールド・サッカー
はじかれた玉が落ちてくるのをバスケットで受ける、パチンコ型。定価17万円。【大和物産】

ミニ・バスボール
シーソーに乗せて下の穴まで玉を運ぶ。小型化され設置に便利。定価14万円。【三共】

宇宙遊泳
五枚のバーの上下運動にタイミングをあわせて、10円玉をゴールへ。定価14万円。【JOB】

バイキング・ゲーム
宇宙ステーションに10円玉をド ッキング。定価16万5千円と18 万円。【ベンドジャパン】

メイズ
ミッドウェイ社製で2人用の迷路ゲーム。早く相手方へ抜け出たほうの勝ち。【シグマ】

ダラーズ・スロット
バリー社製で、もともとは1ドル硬貨用。ゲームファンタジア・レインボー7に。【シグマ】

ブロケード
ブロッキング・ゲームの元祖、グレムリン社製の2人用。定価79万8千円。【中村製作所】

ブラック・エンペラー
赤・青・黄のカラフルなデジタル表示がユニーク。定価55万円。【ワイプ】

リトル・ボーイ
小型ホッパーを装備し、むだをはぶいたコンパクト設計。定価29万円。【パブコ】

スーパー・ハイポイント
英国製のミニホッパー使用。回転盤式で、連番をあてる遊び。定価42万円。【パブコ】

消防車
消防車の魅力を満載した、2人用乗物機。前進、ユーターン、前進を1分間くり返す。定価79万5千円。【キクチハンドメイズ】

DL－101
ロコモーションシリーズ第2弾。L字型走路を三往復する。2人乗りディーゼルカー。定価98万円。【朝日エンジニアリング】

ポンポン船
親子そろって乗れる、三両編成で2人用ミニモノレール。走行中は汽笛が鳴らせ、安全対策も万全。定価100万円。【ホープ】

戦車
1人乗りバッテリーカーで、赤、青、黄の三種類。ボタンを押すと、車体上部の大砲が射撃音を発する。定価28万円。【ホープ】

話題のマシン総目録（No.63～No.70）

本欄でとりあげたゲームマシン、AMマシンの春季目録です。機種が増えたため、四季ごとのまとめを試みる予定で、今回が第一回。配列はとりあえずこのようになりましたが、読者諸兄のご意見をお待ちしております。（編集部）

ウォール・ブレイク
ルでボールを打ち合い、相 壁をこわしていく。二人用。 27万円。【タイトー】

クレーン・セブン・セブン
前進、右へ移動、そして景品に。三個のモーター使用で故障も少ない。定価36万円。【タイトー】

ラッキー・ダイス
2個のサイコロの目の合計を当てる。プレイフィールドも明るい。定価68万円。【タイトー】

サーファー
ゴットリーブ社製2Pフリッパー。ボーナスの得点は2倍か3倍に。定価60万円。【タイトー】

アラジンズ・キャッスル
バリー社製2Pフリッパー。上部に独特のターゲット付き。定価62万円。【タイトー】

フライング・フォートレス
人用戦闘ゲーム機。敵機を撃 、そして建物爆破。定価72万 【タイトー】

ミサイルX
ミサイルは、いったん上空へ上がってから標的めがけて落下。定価69万円。【タイトー】

ジャックス・オープン
トランプゲームを素材にした、ゴットリーブ社製1Pフリッパー。定価55万円。【タイトー】

280ザップ
ミッドウェイ社製の1人用TVドライブゲーム。音響効果も満点。定価98万円。【タイトー】

バリケード
右へ左へバリケードを伸ばす、2人用のブロッキング・ゲーム。定価72万円。【タイトー】

クリーンスイープ・ツー
画面上の無数の星を消していく。ボールを打つパドルの大きさが変化。定価27万円。【タイトー】

ビッグ・トゥゲザー
中の回転円盤が、ボールを多 へはじく、1人用CPUフ ッパー。定価59万円。【セガ社】

ブラック・ジャック
独特の光を放つデジタル方式が魅力の5人用を、1人用に小型化。定価75万円。【セガ社】

ベビー・ウェイト・チャンプ
2人のボクサーがパンチを応酬。2人でも1人でも遊べ、迫力満点。定価62万円。【セガ社】

ロード・チャンピオン
ハイスコアーと、1着でゴールインの新しいタイプのゲーム機。定価72万円。【タイトー】

フィスコ400
4人までが同時に遊べるドライブゲーム。レース内容も豊富。定価165万円。【タイトー】

バリケードII
ブロッキング・ゲーム第2弾。グレムリン社製基盤を採用。定価69万円。【タイトー】

ツイン・コース・ティー・ティ
“マン・ティー・ティ”の 人用。プレーヤー同士の対決 可能。定価86万円。【セガ社】

ウーマン・リブ
CPUフリッパー第5弾。1人用で、中央の5個のターゲットが高得点。定価61万円。【セガ社】

カウボーイ
本物そっくりに飛ぶ投網で、逃げ回る猛牛をつかまえる。定価29万円。【セガ社】

サーファー
波の動きに乗せてボールを動かし、3本の旗にライトをつける。定価29万円。【セガ社】

マン・ティー・ティ
オートレースの1人用TVゲーム。衝突時は画面が反転フラッシュ。定価64万円。【セガ社】

ノスタルジア
2人用CPUフリッパー。汽車の車輪の間をボールが通ると、汽笛が鳴る。定価65万円。【セガ社】

コイン・ロケット
イミングをあわせて、10円玉 回転円盤の切り込みに。定価 万円。【ユニバーサル】

ターゲット・ライン
昔なつかしい射的がイメージチェンジで登場。定価285万円。【クリタシステム】

キャプテン・シルバー
海賊やサメをめがけて、実際に弾を飛ばす手ごたえパツグン。定価48万円。【関西精機】

TV－21
ブラック・ジャックの遊び方にボーナス狙いをプラスした1人用。定価88万円。【ジャトレ】

クラッシュ・コース
CPU使用のブロッキング・ゲーム、2人用。定価69万円。【セガ社】

シェリフ
保安官とギャング団との対決。ガンゲームと景品で楽しさ倍増。定価37万5千円。【セガ社】

シリーズ NO. 3

全国メダルゲーム場

昨年10月末 警察庁調査

都道府県別の 設置台数規模別営業所数

アミューズメント通信社編

管区	都道府県	計	10台未満	10~20台	21~30台	31~40台	41~50台	51台以上	21台以上の合計（注）
北海道	道本部	50	17	16	13	4			17
	旭川方面	1		1					
	釧路方面	6	1	1	2	1		1	4
	北見方面	1		1					
	函館方面	1			1				1
	計	59	18	19	16	5		1	22
東北	青森県	12	7	3	1	1			2
	岩手県	17	12	3	2				2
	宮城県	24	8	5	2	3	5	1	11
	秋田県	6	1	3	1	1			2
	山形県	3		3					
	福島県	18	5	10	3				3
	計	80	33	27	9	5	5	1	20
	警視庁	159		5	8	41	48	57	154
関東	茨城県	19	6	13					
	栃木県	18		8	4	4		2	10
	群馬県	30	3	9	7	4	2	5	18
	埼玉県	24	6	9	6		2	1	9
	千葉県	42	22	12	4	2	2		8
	神奈川県	77	32	23	10	4	6	2	22
	新潟県	18	6	3	2	2	2	3	9
	山梨県	12	3	5	2	1		1	4
	長野県	32	16	6	5	4	1		10
	静岡県	39	11	17	7	2		2	11
	計	311	105	105	47	23	15	16	101
中部	富山県	26	15	5	5		1		6
	石川県	7	2	4				1	1
	福井県	5	5						
	岐阜県	30	4	19	5	1	1		7
	愛知県	77	11	38	16	7		5	28
	三重県	19	7	6	5	1			6
	計	164	44	72	31	9	2	6	48
近畿	滋賀県	17	9	7	1				1
	京都府	45	14	22	7	2			9
	大阪府	89	13	37	14	5	4	16	39
	兵庫県	103	22	58	15	5	1	2	23
	奈良県	19	7	9	3				3
	和歌山県	14	1	10	3				3
	計	287	66	143	43	12	5	18	78
中国	鳥取県	26	5	17	4				4
	島根県	10	6	4					
	岡山県	8	1	3	1	1	2		4
	広島県	24	8	7	5	2	1	1	9
	山口県	10	3	6		1			1
	計	78	23	37	10	4	3	1	18
四国	徳島県	9	1	7				1	1
	香川県	24	3	13	7			1	8
	愛媛県	20	5	9	4	2			6
	高知県	1		1					
	計	54	9	30	11	2		2	15
九州	福岡県	30	5	11	7	2	4	1	14
	佐賀県	1		1					
	長崎県	10	1	1	2	1	1	4	8
	熊本県	2			1			1	2
	大分県	4	1		2	1			3
	宮崎県	6	3		1		1	1	3
	鹿児島県	2			1	1			2
	沖縄県	27	6	8	3	7	2	1	13
	計	82	16	21	17	12	8	8	45
合計		1,274	314	459	192	113	86	110	501

解説

前号までの「設置場所別営業所数（A表）」、「同台数（B表）」をふまえたうえで、今回は「メダルゲーム場の設置台数別営業所数」である。

業界の自主規制「メダルゲーム場運営規準」では、⑨の「最低営業規模」として「一つのゲーム場に設置するゲーム機の最低規模を二十台とする」となっており、二十台未満のゲーム場は望ましいことでない、とされている。すなわち、あまり小規模な営業だと管理が怠そかになりやすいので選されているわけで、なにも小規模だからといって禁止しているわけではない。

しかし、実際はどうであろうか。今回調査で二十一台以上は全国で五百一軒、二十台までは七百七十三軒。いぜんとして大半が二十台以下の営業所であるが、約五百軒は規模以上となっている。

ちなみに「EVRレース」のオリジナル機は五百台作られ、一応それで終っており、規準以上のメダルゲーム場の数と、ぴったり一致する。要するに、「EVRレース」を設置できる営業所ということなのだ。

なお十台未満とは一台でも十台未満の意味である。

第2回海外旅行プラン

AMOA77視察旅行

本紙主催

お問合せ・お申込に感謝いたします

さすがに米国AMOAは注目に足るものだ、ということを読者の方々の反響から感じます。日本の業界の発展ぶりは今やまさに国際的と言えるほどで、そういう意味から言えば米国の情勢がますます大きな意義を持つのは当然でしょう。私どもはこの第二回海外旅行の企画を通じて、さらに正しい業界発展に尽したいと考えるものですが、そのためにもこの企画をできるかぎり、あらゆる意味で安心できるものにしたいと考えております。ご遠慮なくご意見をどしどしお寄せ下さるよう、さらにお願い申し上げます。

※　※　※

米国の奥深くまで視察するのがこの企画の大きなポイントであり、ありきたりのパック旅行とちがう点ですが、前号の原案をふまえ、今回は代案をも提示します。あくまでも参加者の意見を重視する考えなのです。

可能なⒷ、Ⓒ案も　実質の目的を達成

代案のⒷ案は、東南部のディズニーワールドを切り捨てたもので、東西のディズニーの比較ができなくなるが、西海岸のディズニーランドはちゃんと入っている。金額面ではⒶ案より安くなる。またⒸ案は、Ⓑ案で人数が三十名に達した場合で、十分可能性がある。

要するに私どもでは、不可能なハッタリの企画ではなく、実質的に米国AMOAほかのアミューズメントの研修、視察を果せるような企画だけを進めているわけなのだ。道楽みたいな気分で、この旅行に参加しようとされるのは、もちろん望ましいことではない。

逆に、参加者のまじめな意見によるコース変更、内容変更、参加者の事情によるご相談には当然応じねばならないし、それが本紙主催の海外旅行プランなのである。それだけに、できるかぎり卒直なご意見が望ましい。

注目の米国アミューズメント業界　東から西へとめぐり綿密に視察!!

確かで安心できる　信用ある米国視察

なおエージェントは前回同様、ジャスベル㈱だが、同社はジャスコ系の確かな旅行社である。安心して海外旅行を世話できているし、安心できる代理店である。

原案は十一日間で五十八万円。内わけは航空運賃、全朝食代、宿泊代、チップや税金、手荷物料金（20kg以内）、現地ガイドの経費。なお、旅券代など個人経費は含まれていない。昨年の積立方式を検討中だが、今のところ一括料金のみを提示したことになる。なお、詳しいお問い合わせは左記まで。

☎（〇六）三四五－〇七〇一、ジャスベル㈱、担当者＝力津。

☎（〇六）三一四－〇三〇九、アミューズメント通信社、担当者＝赤木。

原案…参加15人以上　旅行費用￥580,000-
Ⓐ案　ニューヨーク－シカゴ－ディズニーワールド－ラスベガス－ロサンゼルス－ホノルル(11日間、ホテル9泊)
Ⓑ案…参加15人以上　旅行費用￥480,000-
サンフランシスコ－シカゴ－ラスベガス－ロサンゼルス－ホノルル(同上)
Ⓒ案…参加30人以上　旅行費用￥460,000-
サンフランシスコ－シカゴ－ラスベガス－ロサンゼルス－ホノルル(同上)
※AMOA'77ツアー参加者が15～20名の場合はⒶまたはⒷに統一します。
※IAAPA'77ツアーも別途検討中で、ご相談に応じます。

Anchorage　Seattle　Vancouver　Chicago　Montreal　Boston　New York　Washington　San Francisco　Los Angeles　Denver　Las Vegas　Houston　New Orleans　Miami　Tokyo　Honolulu　Mexico City　Habana　Panama　Caracas

原案の日程表・コース

月日	訪問記	時刻	摘要
10月	東京発	10:00	（日付変更線）
27日	ニューヨーク着	10:10	到着後市内の業界視察（ニューヨーク）
28日	ニューヨーク発 シカゴ着	9:45 10:57	到着後コンラッドヒルトンホテルへ直行 AMOAエキスポ'77を視察（シカゴ）
29日	（シカゴ）		終日視察①バリー社本社工場、他1社の視察、もしくは希望者のみ再びAMOAエキスポ'77の視察（シカゴ）
30日	シカゴ発 オーランド着	8:59 12:14	到着後ウォルトディズニー・ワールドグループパッケージツアー(2日間)に参加（オーランド）
31日	（オーランド）		終日視察 Disneyland（〃）
11月1日	オーランド発 ラスベガス着	9:35 13:35	ベガスの本場カジノなどを視察（ラスベガス）
2日	ラスベガス発 ロサンゼルス着	9:40 10:30	到着後当地のメーカー工場を視察予定（ロサンゼルス）
3日	（ロサンゼルス）		終日視察 Walt Disney World（〃）
4日	ロサンゼルス発 ホノルル着	10:30 14:05	到着後市内を視察、自由行動（ホノルル）
5日	ホノルル発	朝方	（日付変更線）
6日	東京着	夕刻	入国手続後解散

連続ＳＦ――⑦

希望（のぞみ）の島

有田佐市

千九百〇〇年当時、地球星、ヤポンにおいて、既存の社会で豊かな生活を保持している少数の人たちは、既存の社会秩序を乱す可能性をもつ、天才、狂人たちよりも、ごく手際よく、現在の社会を維持し続けてゆける能力の保持者、能才を最も喜んで、その手先として受け入れていた。

富の配分をみると、それが一目瞭然、端的に露呈していた。

大多数の貧しい人たちが額に汗して、或いは血の汗を流しつつ労働して、産出した富の大部分は、文句なく、結果的には、豊かな人たちの懐に入ってゆくのであった。貧しい人たちは自分たちが、自分たちの手で産み出した富から、徹底的に疎外され続けていた。そういう作業を手際よく推進するのが能才であった。

残余の小部分の配分について、これをみると、能才の度合に応じて、配分量の違いが生じていた。

最も模倣の才に長けた人たちは、有能であると、豊かな人たちによって、判定を下され、多めの配分に預かることが出来たのだが、なまじっか、創造の芽らしきものを有して、既存の方法に替って、新しい軌範を暗中模索している人たちには、非生産的で生産性が低い、能率が悪い、薄のろとしての刻印が押され、少なめの配分しかなされていないのであった。

この際、多め、少なめといっても、豊かな人たちが持ち去る配分の量に比すれば、その多寡の差は、目糞と鼻糞ほどの違いもなかったのであるのだが、貧しい人たちは、その目糞と鼻糞の差が、あたかも、天地の差、月と鼈（スッポン）の差のように、決定的な大差であるかのように受けとるような錯覚を喜々としてもつことに拘泥していた。

わずかの差

貧しい人たちは十億と五百万の差よりも、五百万と四百万の差が、或いは四百五十万と三百万の差が大きいと思わされていた。

その、小額の差は、大概は、管理職手当という名目で生じるのだが、これは、貧しい人たちにとって、差別とは映らない場合が多かった。

この人たちは、大部分の富を持ち去る豊かな人たちの配分も一緒にしてしまい、富を一様に均して配分するかのようにも、ごく僅かな配分の中で、少しでも、一円でも多くの配分を得るようなゲームに血道を上げて賭ける方を娯しんでいるかのように見えた。

彼らの眼には、大きい賭よりも、小さい賭の方が、もっと大きい賭であるかのように、魅惑的にみえていたかのようだ。

オメガは、高橋秀夫のお母さんの胎内にいた時、強く、感じることが出来た、不協和音を想起した。

高橋秀夫の母、高橋美穂子は、子供を持つことの喜びと同じに、喜びだけではなく、非常に強い不安も感じていた。

今にしておもえば、あの不安も、そういう社会構造を忠実に反映してのことであった。

その不協和音は《教育》という響きをもっていた。まず、胎児教育から、その教育は始まっているのであった。

ヤポンにおいて教育とは、創造の芽を伸ばすことではなくて、あたかも植木の手入れをするように、出来るだけ創造の芽を刈りこんで、他方では、模倣の才を伸ばすことであった。

教育者たちは、豊かな人たちの意を汲んで、勿論、意識的にではないのであるが、無意識裡に、創造の芽を見つけるとこれを憎悪しているかのように、鑢で擦るようにしてこの芽を潰し、自発的な意思ではなくて、他発的にしか行動出来ないような人に仕上げることを、その業としているかのようだった。

胎児学校で

高橋美穂子は、胎児教育を目的とする学校へ通学していた。

この学校は、十学年によって編成されていた。

年毎に入学が難しくなり、入試の倍率も十倍を越すようになってきた。

一ケ月の胎児の母親は一学年。

一ケ月の胎児の母親は一学年。

二ケ月の胎児の母親は二学年。

十ケ月で十学年である。

胎児教育学校は、最初は、名画を、解説をききながら、鑑賞するとか、同じように、解説をききながら、世界の音楽史を名曲で鑑賞するとか、情操教育を主としていた。

しかし、愚かな競争の原理は何処まで続くぬかるみぞという風にすすんでゆく、際限のない道であった。

体操は、大きな腹を抱えて行なわれ、[illegible]みっともなく写ったが、これは、未だ、充分に意義があった。

この後が、いけなかった。

数学、国語、理科、社会と、差し当って、胎児とそう関係がない教科まで組み込まれてしまうようになり、お母さんたちは、とどのつまり、妊娠をすると、十ケ月の間に、小学校から中学校の課程を遽（あわただ）しく、総攫えしなければならなくなってしまった。

無駄な競争は一度、スタートを切ると、本来の目的を失なっても、ブレーキが却々、きかなくなる。

胎児学校の中には、特別専攻科なるものが特設され、希望に応じて、高校課程、大学課程なるものまで行われるようになって来た。

誰もが、通学しているという理由だけで、誰も、疎外感を感じたくないという単純な動機で大学課程の入試の競争率も酷い数字を示してくる、競争社会では、如何なる競争にも敗れてはならないと、競争の倍率の増加が、更に、この競争に油を注ぎ、火をつける。

もはや、ヤポンにおいては、正常な家庭生活は破壊されてしまい、至る所に教育があり、この教育が、家庭生活から社会生活へと、人々の生活を蝕んでいた。

そんな状態に迫られ、美穂子は眉を顰め、それが、胎内の、宇宙新世紀人オメガに感応した。

（つづく）

「マシンの帝王」ここに新登場

ワンゲームでトリプル・プレーのスリル!!

新発売

ヨコ540mm
タテ855mm
奥行255mm
重量35kg

●製品、カタログに関するお問い合せは……

〈各地区代理店〉

大阪	㈱フジコロム	06 (643)5417
〃	㈱ベンドジャパン	06 (633)8296
〃	㈱エイテル(甲陽産業㈱)	06 (451)5994
〃	日米通商㈱	06 (443)4721
東京	ロイヤルカンパニー㈱	03 (710)4809
〃	太陽自動機㈱	03 (841)5371
〃	㈱シュアーリース	03 (378)6125
仙台	日本パイオニア㈱	0222(91)6681
札幌	㈱オリエント	011(631)7730
群馬	㈱富士ゴラク	02744(2)3585

Amusement Communicator

㈱東京パブコ　03(405)5645㈹

㈱大阪パブコ　06(351)7971㈹